

ABSTRAK

UMKM adalah sektor yang memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara Indonesia. Kabupaten Garut Jawa Barat memanfaatkan kekayaan dan potensi yang mereka miliki dengan menjadikan UMKM sebagai lapangan pekerjaan. Salah satu faktor yang memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan UMKM tepatnya Industri Dodol itu sendiri adalah pemasaran tetapi masih banyak para pelaku usaha yang menggunakan pemasaran tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Marketing* terhadap kinerja usaha pada sentra dodol di Kabupaten Garut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Opportunity Focus*, *Proactiveness*, *Customer Intensity*, *Innovation*, *Risk Taking*, *Resource Leveraging*, dan *Value Creation* terhadap Kinerja Usaha. Populasi pada penelitian ini adalah pelaku usaha sentra dodol Kabupaten Garut yang berjumlah 156 pelaku usaha dengan sampel 70 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *Purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan analisis data *Structural Equation Model-Partial Least Square* dengan melakukan pengolahan data menggunakan *SMART-PLS 3.0*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa *Customer Intensity*, *Innovation*, *Risk Taking*, *Resource Leveraging*, dan *Value Creation* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha, sedangkan *Opportunity Focus* dan *Proactiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Dari hasil *r-square* bahwa ketujuh variabel independent yaitu *Entrepreneurial Marketing* secara simultan memberikan kontribusi pengaruh 60,1% yaitu memiliki nilai yang moderat.

Kata Kunci: *Entrepreneurial Marketing*, UMKM, Kinerja Usaha.